

鲜活的例子，实际的人物和对话

台湾保险
畅销书



保险行销进阶系列八

创意卖保险

作者：叶宽

没去尝试，绝对不知道创意好不好用

敢于去试，至少得到经验和印证

当创意和灵感乍现时，赶快跑去客户那里

40.4
431

暨南大学出版社

保险营销进阶系列八

创意卖保险

叶 宽/著

暨南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意卖保险 / 叶宽著. — 广州: 暨南大学出版社,
2002.1

(保险行销进阶系列八)

ISBN7-81029-986-7

I. 创… II. 叶… III. 保险—销售—基本知识
IV. F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 038316 号

出版发行: 暨南大学出版社

地址: 中国广州暨南大学

电话: 编辑部(8620)85225262 85220289 85225277

发行部(8620)85223774 85225284 85220602(邮购)

传真: (8620)85221583(办公室) 85223774(发行部)

邮编: 510630

网址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排版: 深圳市鹰达印刷包装有限公司

印刷: 深圳市鹰达印刷包装有限公司

开本: 850 × 1168 1/32

印张: 4.2

字数: 70 千

版次: 2002 年 1 月第 1 版

印次: 2002 年 1 月第 1 次

印数: 1—5000 册

一套八册总定价: 160.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社发行部联系调换)

本系列图书由台湾印象图书有限公司

授权暨南大学出版社独家在大陆出版发行

版权所有 翻印必究

■关于创意

- 越具挑战性的工作,越需要创意,保险推销就是。

——张杏如(资深保险业务员)

- 抓住创意,几句震撼性对话,加上肢体语言,客户的反对问题迎刃而解。

——何心瑜(保险公司经理)

- 没去尝试,绝对不知道创意的效果。敢于去试,至少得到经验和证明。

——简仕魁(资深保险业务员)

- 当创意的灵感乍现时,赶快跑到客户那里去。

——胡淑云(保险公司襄理)



目 录

目 录

关于创意 1

第 1 章

创意卖保险¹

把保户组织起来 2

钱到哪里去了? 5

玫瑰、聘礼和保单 7

请客户题字 8

定点地毯式拜访 10

保险擂台 12

在这种情况下需要买保险 14

金字塔型拜访策略 15



假装要走·····	17
为自己造势·····	19
把拒绝理由制作在卡片上·····	20
我讲的和别人不一样·····	22
陪客户到工作现场·····	24
为什么?(一) ·····	26
为什么?(二) ·····	28

第2章

创意卖保险^②

客户小孩生日的保险经·····	30
不必在意客户说什么·····	31
推销是快乐的游戏·····	33
客户和业务员的谈判戏·····	35
玩笑和游戏结束了,我们谈保险 ·····	37

目 录

只有您没买保险·····	39
我今天是来请您签投保书的·····	41
我相信您一定在事业上大有成就·····	42
饥饿的道理·····	44
把反对问题转化成·····	46
开口要就会成功·····	48
写下抉择式评估·····	50
暗示性提议·····	52
心灵图像的运用·····	54
使用计时器争取访谈·····	56

第 3 章

创意卖保险³

请准客户自己打电话求证·····	58
------------------	----



创意卖保险

奚落自己	59
建议客户自己把保险卖给太太	60
我感兴趣的是你晚年有钱过好日子	62
除了这点以外还有吗?	64
婚姻保险	66
每天给我四块钱,我给您一百万保障	68
有好消息必定转述给客户	70
小姐,您对保险真是内行	71
我拿一百万,赌你明年今天还活着	73
我一向用最好的东西	75
倾听客户抱怨	77
善意小礼品	79

第 4 章

创意卖保险^[4]

写下一些激发推销勇气的句子给自己	82
保险银行和一般银行	83
找银行家帮忙介绍客户	85
运用重要人物的零碎时间约访	86
没有见不到的客户	88
向客户取经	90
留在客户家用餐	91
在喜宴中名片传单化	92
赞美是灵丹妙药(一)	93
赞美是灵丹妙药(二)	95
年节谈保险	97



创意卖保险

讲保险故事..... 98

使用录像带谈保险..... 99

从贺喜花篮中找到客户.....101

第 5 章

激励小故事

胆小的书生.....104

灯笼的火熄了.....106

预设立场的后果108

第1章

创意卖保险^①

简仕魁摆下保险擂台。他说：“如果有人保险讲得比我好，我就认输。如果有人可以提出反对买保险的理由，而我无法驳倒，我也认输。”

有人问他：“输了怎么办？”他根本没有输的念头，但是早就做好了准备。

■ 把保户组织起来————。

“亲爱的贵宾，感谢大家参与盛会。

没有你们，就没有今天的吴启华。

吴启华就像是你们大家共同投资设立的一家公司，你们买保险而我来服务。

所以，我奉行的是纯粹的‘保户主义’。

我要为大家提供最好的保户服务。”

.....

福华饭店的会议厅，周末下午两点，吴启华举办一场感恩酒会，感恩的对象是他的 500 多位保户。有些保户携带家眷而来，更令吴启华感动。

一张保单保障往往涵盖了全家，吴启华知道保户的子女长大后，仍然会是他的保户，因为他们看到了这种场面绝不会忘记。

吴启华强调他奉行“保户主义”，这绝对是事实。他平常除



了加强服务外，还为保户扮演联系桥梁，有保户要买卖房子，他把消息传出去，不抽任何介绍佣金；保户的公司要找员工，他也设法为他们找来品德好的职员。

保户家的任何问题，只要他力所能及，一定帮助到底。

他特别在每月初发行一份“保户通讯”，做保户和他、保户和保户之间的联系，今天下午来这么多人，不是凭空而来的。

紧接着，吴启华邀请了几位喜欢表现的保户上台致词：

“我很多朋友买了保险，但他们的业务员没有吴启华好，今天的场面就是最佳证明。”一位帮他介绍不少客户的保户说。

“其实，我觉得做保险和做生意一样，要投资和做广告，吴启华投资比别人多，所以他回收也比别人多。”另一位保户接着说。

.....

致词的保户轮番上台后，吴启华再上台感谢：“亲爱的贵宾，我们在酒会现场设有服务台，如果您对您的保险权益有任何疑问，请不要客气，服务人员会热诚地为您说明。”



创意卖保险

设想周到的吴启华，请了几位同事来帮忙，现场为保户做保险权益说明。

这几位同事都很想把保险做好，积极地向吴启华学习，今天是很好的观摩机会。

“我的努力没有白费。”吴启华私下对一位同事说。



■ 钱到哪里去了? —————。

为了发展小镇的北边，县政府决定，将北边一片农地划为建地，并开辟一条新路，让交通发达来带动北边的繁荣。

李瑞得拜访客户之后，开车经过小镇北边，停下来看这片新建地。“很快就会繁荣起来了。”他自言自语。

一阵凉风吹来，李瑞得突然想起一段话：

“当市场萧条，买卖清淡的时候，也就是货币不再流通的时候。这不是说货币已经消失，而是在什么地方被储存起来。在这个时候，一个有头脑的生意人所应该做的是，找出那些存钱的主人来。”

这是一部日本商战小说《船场》中的一段话（时报出版），虽然和小镇联系不上，却令李瑞得想到一件事。

农地划为建地之后，原来的地主一定在卖地时赚到很多钱而又比较不善理财，最适合买储蓄保险。

“呀！”李瑞得呀了一声，赶快上车。

一天之内，他把所有地主的资料都找齐了，立即制定拜访



创意卖保险

计划,并设法打听他们的个性、兴趣及家庭成员等等……

李瑞得饱尝了创意的丰硕成果。

“谁说保险不好做呢?”李瑞得不以为然。



■ 玫瑰、聘礼和保单

浪漫的爱情是怀春少女所憧憬的，但是当论及婚嫁时，怀春少女选什么呢？

金诗媛很有创意地把玫瑰、聘礼和保单摆到一块，请即将结婚的少女作选择，结果有很多人选保单。

“如果您选保单，那是不是应该请男方赶快投保？”金诗媛绝不迟疑。

“爱情神话其实是虚幻的，玫瑰代表爱情但不能持久，聘礼具体但不能换成生活费，保单才是最可靠的爱情保证。”金诗媛说。

能把玫瑰、聘礼和保单牵扯为选择事项，金诗媛确实有别人比不上的智慧。

